

Alta densità e qualità sensoriale influenzano il mercato dell'olio



Il settore dell'olio d'oliva si trova in una fase di espansione strutturale, con produzione in 67 Paesi e consumo in 198.

La superficie globale supera gli **11,7 milioni di ettari**, con un incremento costante dell'oliveto intensivo e a siepe.

Questo contesto condiziona la competitività del settore, la domanda globale e gli standard di qualità richiesti a livello internazionale.

Nel mondo si producono circa **3,2 milioni di tonnellate** di oli d'oliva. Il vantaggio

competitivo si sposta verso il segmento qualitativo: quanto più si produce e quanto più alta è la qualità dell'olio d'oliva, tanto maggiore sarà il reddito netto del produttore.

L'olio extravergine d'oliva, pur rappresentando solo il 35-40% del volume di produzione globale, **concentra tra il 55% e il 65% del valore economico totale del settore** grazie al suo elevato prezzo e alla qualità superiore, che rendono la domanda meno elastica rispetto alle altre categorie.

L'olio vergine occupa invece una posizione intermedia in termini di prezzo, qualità ed elasticità della domanda, mentre l'olio lampante, che può arrivare fino al 40% del volume globale, non è idoneo al consumo diretto e richiede raffinazione industriale; questa categoria è la più sensibile alle variazioni di prezzo e generalmente apporta margini ridotti, comportandosi come una vera e propria commodity agroindustriale.

Analisi organolettica

In questo contesto, la classificazione sensoriale mediante analisi organolettica continua a essere un elemento chiave e particolarmente necessario nel commercio internazionale, influenzando direttamente la percezione della qualità, la certificazione e il valore economico dell'olio.

L'analisi organolettica è il metodo ufficiale di valutazione sensoriale degli oli d'oliva vergini, adottato dal Consiglio oleicolo internazionale (Coi) e applicato obbligatoriamente nell'Unione europea. Il suo obiettivo principale è garantire la classificazione degli oli in base alle loro caratteristiche organolettiche, stabilendo una chiara differenziazione tra le categorie commerciali: extravergine, vergine e lampante.

A differenza delle analisi fisico-chimiche, che misurano parametri oggettivi come acidità o indice di perossidi, l'analisi organolettica si basa sulla percezione sensoriale umana per identificare qualità e difetti non rilevabili strumentalmente. È fondamentale per garantire l'autenticità e la qualità del prodotto, e la sua obiettività è assicurata tramite la selezione e formazione dei degustatori, sessioni controllate, uso della mediana per ridurre l'influenza dei valori estremi e il rispetto dei protocolli del Consiglio oleicolo internazionale.

Limiti del metodo

Tuttavia, presenta anche vulnerabilità dimostrate dalla letteratura tecnica: affaticamento sensoriale, variabilità delle soglie, influenze psicologiche, effetti delle aspettative e differenze culturali nell'interpretazione sensoriale.

Uno degli esempi è emerso dai risultati di uno studio realizzato da PwC (PriceWaterhouseCoopers, 2013), che evidenziò i seguenti risultati: **27,3% di errori tra panel**, ossia nel 27,3% dei casi un panel determinava una categoria che non coincideva con quella di un altro panel, e **11% di errori intrapanel**, ovvero,

quando si inviava lo stesso campione due volte allo stesso panel, in un 11% dei casi vi era discrepanza nella categoria determinata, pur trattandosi dello stesso prodotto.

Perché ci sono errori?

Nei Paesi lontani dal nucleo mediterraneo si pratica un'olivicoltura moderna con accesso limitato agli oli d'oliva elaborati nei Paesi «tradizionali».

Ciò significa che esistono sapori, odori e caratteristiche sconosciute ai degustatori. Allo stesso modo, il comportamento di un olivo varia notevolmente in funzione dell'orografia, del metodo di coltivazione, della latitudine, ecc.

Anche se si tratta della stessa varietà, gli oli da esse prodotti presentano sfumature completamente diverse.

Infine, un'altra ragione è la costante comparsa di nuove varietà di olivo nel panorama settoriale, che espone i professionisti a prodotti totalmente sconosciuti perché inediti nel tempo.

Uno studio rigoroso

Con l'obiettivo di chiarire dal punto di vista sperimentale questa eventualità, è stato recentemente realizzato uno studio.

La metodologia applicata è stata progettata per eliminare qualsiasi possibile bias, garantire la completa tracciabilità dei campioni e ottenere risultati comparabili tra panel nazionali e internazionali. A tal fine, è stato stabilito un protocollo tecnico e notarile che assicura la massima integrità del processo.

Per garantire che i risultati riflettessero adeguatamente la realtà del settore, è stata effettuata una selezione strategica dei laboratori basata su criteri di accreditamento, esperienza, indipendenza tecnica e diversità geografica. Sono stati contattati in totale 50 laboratori, tra cui panel di assaggio ufficiali riconosciuti dal Coi, laboratori privati con panel accreditati e unità di ricerca universitarie con attività consolidata.

Per evitare qualsiasi tipo di bias, è stato applicato un sistema di codifica alfanumerica casuale generato da software specializzato. La corrispondenza tra codice e lotto è stata consegnata al notaio per la custodia, in modo che nessun laboratorio potesse conoscere la natura reale del campione.

Risultati dello studio

Il risultato è stato che il **21,2% delle determinazioni ha comportato un cambio di categoria da extravergine a vergine**, arrivando al 50% nel caso di oli extravergini più maturi, ossia più vicini alla categoria inferiore.

Pertanto, il **potenziale errore è tanto maggiore quanto più basso è il livello qualitativo degli oli di oliva**.

Infatti, se nel mondo sono coltivati 11,7 milioni di ettari di oliveto, di cui il 62% è

costituito da **oliveti tradizionali** che producono le tre categorie – extravergine, vergine e lampante – esiste anche l'**olivicoltura intensiva**, che rappresenta il 28% della superficie e che produce principalmente oli vergini ed extravergini; vi è infine una terza forma di coltivazione, ad **alta densità e a siepe**, i cui oliveti coprono il 10% della superficie totale e che producono quasi esclusivamente olio extravergine di oliva.

Gli errori potenziali dell'analisi organolettica precedentemente analizzati e studiati incidono in misura maggiore sull'olivicoltura intensiva e su quella tradizionale, poiché l'errore riscontrato è tanto più elevato quanto più bassa è, dal punto di vista qualitativo, la categoria dell'olio di oliva ottenuto.

Di conseguenza, gli oli d'oliva ottenuti da oliveti a siepe o ad alta densità mostrano una maggiore resilienza rispetto ai potenziali errori dell'analisi organolettica, configurandosi come un fattore di miglioramento del reddito per gli olivicoltori che adottano questo sistema colturale.

Variabili del reddito

Tuttavia, non è solo questo vettore a incidere sul reddito netto dell'olivicoltore: esistono altri fattori tra cui prospettiva della domanda, modello produttivo, mercato interno.

Ad esempio, considerando le ultime 5 campagne come media di analisi e utilizzando come fonte il manuale di studio sul comportamento della domanda di oli d'oliva in tutti i Paesi produttori, Spagna e Italia sono due key player fondamentali nel settore internazionale dell'olivicoltura, che potrebbero sembrare avere comportamenti simili, ma non è così.

Se analizziamo la situazione dal punto di vista delle **superfici e delle produzioni**, la Spagna con 2,8 milioni di ettari di oliveto supera l'Italia, che ne ha 1,2 milioni e questo si traduce in produzioni medie rispettive di 1,4 e 0,32 milioni di tonnellate di olio.

Per quanto riguarda il consumo interno, la Spagna registra una media di 440.000 t negli ultimi 5 anni, mentre l'Italia si attesta su una media di circa 400.000 t.

In termini di esportazioni, la Spagna esporta stabilmente circa 900.000 t, mentre l'Italia si colloca su una media di 650.000 t.

Domanda-offerta

Mentre la Spagna è un Paese la cui produzione è 3 volte superiore alla domanda interna, in Italia il consumo domestico è talvolta persino 2 volte superiore alla produzione.

Nel primo caso, l'eccesso di prodotto rispetto alla domanda nazionale provoca un deterioramento delle quotazioni all'origine per il semplice gioco tra offerta e domanda; in Italia, invece, questa situazione fa sì che, in media, **il prodotto nazionale venga remunerato fino a 4 euro/kg in più rispetto agli oli importati**,

perché il mercato interno supera di gran lunga in volume la produzione di oli d'oliva ottenuti nel Paese.

di Juan Vilar

consulente ed esperto del comparto oleicolo

© 2019 Edizioni L'informatore Agrario S.r.l. - OPERA TUTELATA DAL DIRITTO D'AUTORE